

第3回協議会 委員意見

1. 本格運行に向けた協議状況について

<ダイヤ・サービス>

バスサービスに対する信頼性、特に定時性、速達性の確保に努めることが重要である。
運行間隔を、将来的にピーク時だけでも15分間隔にすることは難しいか。このためには、1運行の所要時間を短縮させる、運行時間の確実性を高める等の必要性はあるが。
本格運行時のダイヤについても示した上で運行計画を検討する必要があるのではないか。
三宮東交差点の左折はいつも混雑しており、渋滞多発交差点ですので一筋東へのルート変更は最適な選択だと思う。
将来、神戸駅経由のルートとなった場合、ハーバーランド発で三宮方面に向かう際には遠回りになる恐れがあるので、ハーバーランド内にもう1カ所、三宮方面行きの停留所を設けられないか。
神戸駅前の乗り入れは、課題が多いようですが、事業を展開していく上での一つの大きなポイントだと思う。実現に向け調整していくべきと感じる。
将来的なことも含めて、神戸駅・新神戸駅への乗り入れ検討が必要と思う。
鉄道との連携が実現すると連節バスの利便性が飛躍的に増すと思われる。難しい状況であることは理解しているが、なんとか神戸駅前への乗り入れを実現して欲しい。
ルート上で右左折箇所が多いので交差点での交通処理にも配慮が求められる。
中央区役所前交差点の縦筋を北進する計画は、道路線の磯上通5丁目のパーキングメーター5基があるため、駐車車両があることを前提として連節バスが安全に走行（左折や車線変更）できるのか検証をお願いしたい。
三宮南地区にとって貿易センター前からのルート変更には大賛成。
貿易センター前は非常に狭い道路なので、磯上公園の南側にバス停を新設していただくと南地区としては有難い。
新しいまちづくりエリア（えきまち空間、東遊園地・税関前周辺、新港周辺、磯上公園）の計画との連動を今後図っていく必要があると考える。また、既存のまちづくりエリア（ポートタワー周辺、ハーバーランド地区）の更新の機軸となり得るのかの検討を行っていく必要があると考える。特に、バス停は、人とエリアの結節空間なので、詳細な位置やその新しいあり方については、戦略的な検討が求められると考える。

連節バスのデザインにおいて夜間のイメージを提示されているが、神戸は夜間景観に配慮したまちであり、遅い時間帯までライトアップが行われている等、夜にも魅力があること、また、ナイトタイムエコノミーの促進といった観点からも、便数は減らすとしても夜間の運行について検討できないか。

自転車の積み込みは認められるのか。

<走行環境整備>

連節バスがスムーズに走行できるよう、走行環境の整備を進めることが極めて重要である。今後、優先通行できる区間、専用の通路空間を拡大できないか。特に、ウォーターフロントの開発にあたっては、こうした点を十分に考慮して欲しい。

将来的に BRT 化、LRT 化を目指すなら、道路空間の再編（交差点も含む）、交通管理のあり方について、継続的に検討が必要である。

連節バスの優先信号も課題として取り組むべき。プレ運行の実験メニューに入れてはどうか。

優先信号を本格運行に盛り込むための実験はできないか。

<バス停>

バス停留所での路面にバスの停車スペースを明示するとともに、バス停前後の路側駐車規制を徹底し、バスが停留所で発着しやすくすることが大事である。

バス停留所、および周辺のバリアフリー対策について留意されたい。

ポートタワー前バス停については、方面別に 2 箇所設置することも含めてご検討頂きたい。

ポートタワー前に、東行き西行き 2 つのバス停が誕生するため相当工夫が必要。

神戸に宿泊する来訪者のため、ホテル等宿泊施設近くへのバス停の配置を検討してはどうか。

今後発展する可能性がある磯上エリアを通行するルートについて、例えば磯上公園付近で将来的にバス停を設置することもあわせて検討しておいた方がよいのではないか。

<連携・乗車券>

ハーバーランド等の駐車場利用者に対して、連節バスを利用した場合、駐車時間の延長等の特典を準備し、都心での回遊を促進することを検討できないか。

企画乗車券については、神戸市外からの鉄道利用者との連携による割引切符を導入できないか。そのことによって、連節バスの存在が大阪方面等にも広報できるほか、神戸の港が三宮から不便と感じていた潜在的な観光客を開拓する可能性がある。

<p>連節バスと車（パーキング）との積極的な連携、パーク&ライドの推進を図るのが得策と考える。ま ちのウォークアビリティの向上と合わせて、駐車したエリアに帰路の際に、必ず再訪するという機会、 滞在の増加は、そのエリアの商業的なポテンシャルの向上にもつながると考えられる。</p>
<p>ホテルの送迎バスの機能を一部で代替する、あるいはホテルを起点とした都心回遊需要に対応するこ とにより、ホテルと連節バスとの連携を模索できないか。</p>
<p>沿線施設との連携は、通勤需要も考えると業務施設を対象とすることが必要である。</p>
<p>各分野の企業と連携すべき。</p>
<p>ハーバーランド内では、連節バスの運行に可能な限り協力していく。</p>
<p>神戸海洋博物館やポートタワーなどとも連携が図られるようお願いしたい。</p>
<p>定期券、回数券等は発行されるのか。</p>
<p>企業従業員や、住民の年間パスや、回数券などあれば、乗車率の向上が見込めるのではないか。</p>
<p>通勤のみで使用できる割引回数券や割引定期券の導入（時差割引等も可）。</p>

<シティー・ループ >

<p>シティー・ループ1日乗車券と連節バス1日乗車券との連携 【観光客向け】 ・企画乗車券（共通の1日乗車券）の販売 ・各社の1日乗車券の提示で、1回乗車料金を割引 【市民向け】 ・連節バス等の定期券を持っている方を対象に、定期券の提示で、シティー・ループ 1回乗車料金を割引</p>
<p>路線名称を市民アンケートされる予定のようですが、利用者がシティー・ループと間違えられないよ うに配慮をお願いしたい。</p>
<p>シティー・ループと連節バスのバス停が共用もしくは隣接する場合には、利用者が乗り間違えないよ うに配慮をお願いしたい。 （例えば、バス停にバス車両の写真を掲示するなど）</p>
<p>当財団が所管している、インフォメーション、観光案内所、各宿泊施設でシティー・ループ1日乗車券 を販売している。（手数料10%） シティー・ループとの連携は必須だと考えるが、連携にあたっては、販売方法なども視野に入れて調整 を行う必要があると考える。</p>
<p>将来的には連節バスとシティー・ループの役割分担が必要と思われる。</p>
<p>新神戸への乗入れの際は特に新神戸駅におけるシティー・ループとの関係性を考慮してほしい。</p>

<乗降方法>

本格的な信用乗車方式の採用は、マスコミや全国の交通関係者へのインパクトも大きい。将来的にはLRTやBRT、神戸市内のバスにおける信用乗車採用のファーストステップにもなる。

ICカード利用者について信用乗車方式を採用することはきわめて重要。全扉からの乗降を行うべき。理由は、①定時制の確保による利便性の向上に加え、②乗り降りの抵抗を小さくし、連節バスがオープンな印象を与える気楽な乗り物という位置づけになる。

乗降口3か所を一斉に解放する方向で検討中とのことでしたが、車内事故防止の観点から、乗務員が車内やバス停付近の状況について確実に安全確認できるよう検討をお願いしたい。

信用乗車方式の採用にあたり、事業者の不安を減らすために、多客時における三宮駅前等の停留場には、適宜人を配置し、乗降りを指導するなど、神戸市も協力することではどうか。

<PR>

教育委員会との連携は、大変良い企画である。

子供たちが乗りたいという仕掛けをつくと、親も利用するようになる。

連節バスと沿線飲食店との連携など、アイデアを探る必要があるが、そうした連携を適切に表現できるキャッチ・コピーを創り出すことが重要である。

連節バスの起点、鉄道駅との結節点である三宮駅の停留所は、ウォーターフロントへ多くの方々を誘う入口として重要。その為、初めて神戸を訪れた方にも分かりやすい停留所への誘導、ウォーターフロントの魅力をPRする取り組みも重要。

三宮駅を降りた人が、ポートタワー、神戸港に行くための交通機関として、視覚的にすぐにわかるような形で、鉄道駅とも連携し、デザインにおいてもそうした人の導線につながるものとするべき。

インパクトのある連節バスは、「まちで見かける」ことが、まちの印象付けや乗車の動機となると考えられることから、来訪者の目に留まるような運行計画となる工夫をお願いしたい。

神戸市民にとってハーバーランドに行くことに抵抗がある方は多いのではないかと。電車では駅から遠く、車では駐車場が混雑しているイメージ。ハーバーランドへのダイレクトアクセスをもっとPRしてもいいのではないかと。

インターネットの乗換え検索等において、連節バスが案内されれば、直接的ではないにしてもPRとなり利用者数も増えると思われるので調整できないか。

本事業のPRにもっと力を入れるべき。知名度・認知度の向上が全然足りていないと思います。会議自体をメディアに売り込んで行くべき。

何をにおいても市民に対する知名度・期待度の向上が鍵になると考えます。市民が運行開始を心待ちにするようなPR（メディア露出も含め）を展開すべき。

2. トータルデザインについて

<バス停>

本数が決して多くないので、三宮駅前やハーバーランドでは、沿線施設と連携して待合室（エアコン付きで、バスの接近を表示）がほしい。相生駅前のあいおい情報ラウンジは参考になるかもしれない。

バス停留所でのバスの接近表示は、整備されるのか。

バスの到着までの所要時間を表記する電光掲示板などがあれば利用しやすくなると思う。

バス停デザイン（検討中）は、車両とのトータルデザインとしては良いと考えるが、前述のエリア拠点となる複合化（モビリティスポット、情報、休憩など）の可能性からすると、少し異なる視点からのデザインアプローチ（拡張性、複合性などを考慮するなど）もあるように考えられる。憩い空間の整備を展開した場合に、その場所の空間コアとなるようなデザイン、機能などが求められる。

バス停ですが、新港町の機能が少ないのではないかと。

これから高層住宅や商業施設、水族館などが新設され、一番利用客が多くなるであろうバス停の機能としては少なすぎる。開発の進捗に合わせて変更していくのか？

バス停は単なる乗降場ではなく、街のスポットとして作っていくべき。デザインはもちろん、フリーWi-Fi、夏場のミスト、ユニバーサルデザインなベンチなど。

夏場における昨今の異常高温への対策として、バス停にミストを設置する等の工夫をしてはどうか。

<車両デザイン>

優れたデザインの車両が走行することにより、沿道のまちなみが美しくなっていくという相乗効果も期待される。オープンカフェなどの設置も進むかもしれない。

車両デザインは、国内外的にも革新的かつ、神戸らしいデザインとなったと考える。

バスのデザイン(カラー)ですが、少しシック(落ち着き)すぎだと思います。海、港のイメージはもっと明るい色目が好ましい。

バスは街並みに適したデザインとして頂きたい。

(ラッピングをする際に、街並みにそぐわない広告ばかりがあると雰囲気が悪くなる。)

バスの内装については、乗ってみたい工夫（例えば神戸らしい（神戸しかない）異国情緒あふれる（斬新なアート）内装？）が必要。

<その他デザイン>

各種デザインの採用にあたっては、大きなコンセプトをベースに、市民参加型でデザインを募り（あるいは投票、最終的に専門家がデザインを決定する形にできないか。

バス停デザイン（検討中）は、車両とのトータルデザインとしては良いと考えるが、前述のエリア拠点となる複合化（モビリティスポット、情報、休憩など）の可能性からすると、少し異なる視点からのデザインアプローチ（拡張性、複合性などを考慮するなど）もあるように考えられる。憩い空間の整備を展開した場合に、その場所の空間コアとなるようなデザイン、機能などが求められる。

PR等のデザインも行うべき。

車両やバス停だけでなく、運転手の制服、チケット、各種広報用チラシなども含めてトータルデザインを実現して頂きたい。

連節バス独自のバス停デザインについて、他のバス停とも調整した方がよいのではないか。

乗務員の制服もデザインを工夫するとよいのではないか。

車体側面の黒色部分に、白色で「神戸ポートタワー」「神戸海洋博物館」「モザイク観覧車」など、ウォーターフロントを代表する施設をイメージしたロゴを入れることで、初めて神戸を訪れた方にもウォーターフロント行き連節バスであることが分かりやすいのではないか。

拠点的なバス停において、SNSに投稿してもらえるようなデザインの工夫があるとよいのではないか。（余裕を持った停車時間と連節バスと撮影できるアングルのモニュメント等）

例えばバス停や車内でジャズを流す等、デザインの視点に「音」を取り入れてはどうか。

PRを十分にさせていただき、市民により親しまれるデザインとなるようお願いしたい。

<広告>

広告なしの意見も理解出来るが、バス事業者としてはネーミングライツは手堅い収入方法であり、広告を行わないのならば市などから相当の補助をしないと大変である。

沿線施設によるバス停のネーミングライツも検討してはどうでしょうか。運行経費の一助となる。

3. 令和2年度プレ運行について

<p>コロナによる感染症が恐らく厳しい時期であるので、なるべく多くの人たちに利用してもらいたい反面、感染予防も図るという対応を取らざるを得ない。そうした中で、モニターを募るなどして、一定数の利用者をどのように確保するか検討が必要であると思う。</p>
<p>SNS などでの発信を促すなど、若い人たちにも関心を持ってもらえる工夫が考えられる。</p>
<p>連携できるイベント、PR、企画のアイデア プレ運行の実施の曜日にもよりますが、バス停もしくはその付近において、将来のエリア拠点をイメージできる社会実験（例えば、人工芝とテーブルセットの設置など）を同時に実施できれば、PR 的にも相乗効果（ニュースバリュー、エリアの意識醸成）があるのではないかと。</p>
<p>プレ運行前に、一定期間、市役所前などに連節バスを展示しておくことはできないか。愛称募集期間中に、実物が見られる方が良いのでは。</p>
<p>J R西日本が撤去中の三ノ宮駅前ビルですが、撤去後もしばらくの間（建設にかかるまでの間）、空き地や万能塀が一定期間残るとのこと。当地を使つてのPR イベント等はどうか？</p>
<p>昨年夏のプレ運行では、ラグビーワールドカップがありPR 効果がありましたが、来年1月のプレ運行時に便乗できるイベントがありません。利用者にとってインパクトのあるイベントを企画しバスのPR に繋げることも考えてみてはどうか。</p>
<p>コロナ禍と冬という事で、イベントは皆無である。自己PR 含めた工夫が必要。</p>
<p>プレ運行に使用する新車両のお披露目はマスコミを集めて盛大に行うべき。お披露目自体をイベント化する。</p>
<p>令和3年1月初旬に、フェリシモ本社棟が、新港第1突堤基部の複合再開発の中で、初めての施設としてオープンする予定であり、プレ運行に合わせてPR いただきたい。</p>
<p>新しい連節バス車両に興味を持つであろう子供達（市内の小学生など）を対象としたイベントの開催を検討してはどうか。MM 的な要素を加えて、公共交通の重要性を家に帰って保護者の方にも話をし、共有してもらえよう工夫も必要。</p>
<p>連節バスが運行されている、あるいは運行予定である他都市（横浜、福岡、東京など）と連携し、新たな都市交通手段としての認知度を高める。</p>
<p>これまでのプレ運行と同様に、シティー・ループ1日乗車券の提示で、連節バスに無料で乗車できるようにしたい。</p>
<p>既存の連節バスについても、トータルデザインを踏まえた工夫があればよいと思う。</p>

4. 今後のスケジュール、その他

当分の間はコロナが終息しそうにないので、運行開始後のコロナ対策について考えておく必要があるのではないか。

対面会議が可能になれば、会議の間隔を詰めて回数を増やすなど、十分に協議できなかった時期のロスを取り戻していただきたい。

2台での本格運行（4～6月）と4台での本格運行（7月以降）をどううまく繋いでいくのか、十分な検討が必要ではないか。こうした新規路線は最初の印象が非常に重要といえる。従って、場合によっては、本格運行と呼ぶのは7月からの方が良いのではないか？

シティループ、コベリン等との連携が必要とされるが、単なる結節地点を設けるだけでなく、具体的にどのような利用形態が想定しうるのか、シミュレーションする必要がある。

連節バスサービスの導入を契機に、都心地域における新たな交通システムの構築に向けた議論を加速させることが重要。